



Dégustez, dégustez, il en restera toujours quelque chose

Cécile Méadel, Vololona Rabearisoa

► To cite this version:

Cécile Méadel, Vololona Rabearisoa. Dégustez, dégustez, il en restera toujours quelque chose. Consumers, Users, Citizens, Nov 1999, Maastricht, Pays-Bas. halshs-00192762

HAL Id: halshs-00192762

<https://shs.hal.science/halshs-00192762>

Submitted on 29 Nov 2007

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Dégustez, dégustez, il en restera toujours quelque chose

Selon quelles modalités le goût - entendu à la fois comme goût des produits et goût des consommateurs pour certains produits - intervient-il dans la construction des marchés des produits agroalimentaires ? Les nombreuses théories et expérimentations sur le goût semblent avoir fait le tour des réponses possibles à cette question. Sans faire ici l'exégèse de cette littérature et de ces pratiques, notons simplement qu'elles montrent toutes le caractère construit du goût, aussi bien au niveau collectif et sur le long terme à travers les pratiques culturelles et l'histoire familiale, qu'au niveau individuel et sur le court terme par la consommation quotidienne et le contact avec les nouveaux produits qui apparaissent régulièrement sur les marchés. Assez curieusement pourtant, le fait que le goût engage le corps du consommateur dans un rapport physique avec le produit est un point relativement peu abordé. Notons toutefois deux exceptions. La première est la théorie de l'habitus développée par Bourdieu¹, qui montre comment les caractéristiques sociales de l'individu finissent par le marquer dans son corps, le goût en étant, de son point de vue, un exemple patent. La deuxième est l'approche physiologique sur laquelle les instituts du goût basent leurs recherches et leurs expérimentations. Cependant, si la théorie de l'habitus et de sa reproduction permet de comprendre la stabilisation de tendances collectives sur le long terme², elle permet difficilement de penser le renouvellement des marchés et des goûts. A contrario, si la physiologie explique en partie l'acquisition et l'évolution des préférences individuelles, elle faillit à rendre compte de la formation d'une demande repérable en tant que telle. Autrement dit, le rapport entre l'engagement du corps du consommateur

¹ (1979)

²De nombreux travaux en sociologie de la consommation se réfèrent d'ailleurs à cette théorie pour appuyer leurs enquêtes sur les modes d'achat et les habitudes alimentaires des consommateurs (réf.).

dans l'appréciation des produits et la dynamique collective des marchés reste à expliciter.

C'est sur ce problème que nous voulons nous pencher dans cette communication, ou, plus précisément, sur la manière dont les industriels l'abordent dans l'exercice de leurs activités. Nous nous sommes donc intéressées à un dispositif spécifique et circonscrit : les séances de dégustation des jurys internes à l'entreprise³. En effet, parmi les opérations que les industriels effectuent ou font réaliser par des partenaires pour ajuster leurs produits aux consommateurs, les dégustations tiennent une place importante. Elles jouent bien entendu un rôle crucial lors de la création d'un nouveau produit. C'est tout le travail des ingénieurs-formulateurs qui en dépend. Elles peuvent également être décisives pour affiner des recettes : les tests-consommateurs permettent ainsi de spécifier l'effet de tel ou tel composant sur les palais. Mais les dégustations ne visent pas seulement l'élaboration d'une formule et sa validation auprès du consommateur final. Elles jalonnent le processus de production et de mise sur le marché du produit, et ce tout au long de son cycle de vie.

Les observations que nous avons menées au sein d'une entreprise de conditionnement de jus et de boissons aux fruits montrent que chaque dégustation, même lorsqu'elle est informelle, cadre de façon précise le rapport que l'on cherche à instaurer entre le produit et le dégustateur. On peut donc parler de la dégustation comme d'une épreuve qui se déroule selon un protocole bien déterminé et à l'issue de laquelle les protagonistes - i.e. les produits et les dégustateurs - se trouvent requalifiés. C'est cette épreuve que nous allons analyser en détail.

Nous nous intéresserons plus particulièrement à une série de dégustations de purs jus d'orange qui se sont déroulées au sein d'une entreprise C. et du laboratoire central du groupe auquel elle est rattachée. Il s'agit de trois séances qui ont eu lieu à une semaine d'intervalle l'une de l'autre. La première séance, dite de génération des descripteurs (i.e. de mots), a réuni d'un côté un panel de l'entreprise, de l'autre un panel du laboratoire central autour des six mêmes produits. Pour chaque panel, l'objectif est de proposer des descripteurs de purs jus d'orange en langage naturel. A l'issue de la séance, les descripteurs générés par les deux panels ont été regroupés sur une même liste. La deuxième séance, dite de sélection des descripteurs, a de nouveau réuni chacun des deux panels.

³ De tels dispositifs d'analyse sensorielle ne sont pas, on s'en doute, propres à l'entreprise étudiée ici, mais deviennent des outils courants de l'industrie agroalimentaire.

Chaque panel a goûté à nouveau les mêmes six produits et retenu les descripteurs les plus pertinents dans la liste commune. Les animateurs des deux panels ont constitué une liste commune avec les descripteurs sélectionnés de part et d'autre. La troisième séance, dite de consensus global, a réuni les deux panels afin de réaliser une discussion collective des descripteurs sélectionnés la fois précédente. Une liste finale commune de descripteurs a alors été dressée. Cette liste se veut la plus exhaustive possible, en même temps que chacun de ses items doit avoir été validé par les deux panels.

Le but ultime est de pouvoir noter n'importe quel pur jus d'orange par rapport à chacun des descripteurs de la liste. Cette notation est ensuite utilisée lors des dégustations routinisées organisées par l'entreprise pour établir des sortes de profils aromatiques des différents jus. Les « profils-produits » ainsi obtenus doivent constituer un outil stratégique pour suivre le marché et le positionnement respectif et comparatif des produits de l'entreprise. Monnaie courante dans l'industrie agroalimentaire, ce genre de dégustation est pour l'heure encore expérimental au sein de l'entreprise C. Il constitue une innovation dans le cadre du renouvellement de ses gammes de produits. Quoique convaincue par le caractère scientifique (sic) de ce genre de dégustation et par son utilité pour l'entreprise, notre interlocutrice n'a pas manqué de nous faire remarquer que la convergence entre les descripteurs générés par l'entreprise et ceux proposés par le laboratoire n'est pas garantie d'avance. Autrement dit, la comparabilité que la série de dégustations réussira à établir entre les produits dépend en droite ligne de celle qu'elle pourra assurer entre les appréciations sensorielles des deux panels, et avant cela, des participants à chaque panel. Il faut également souligner une autre difficulté. De l'avis d'un grand nombre d'acteurs que nous avons rencontrés, les purs jus d'orange se distinguent au goût selon un critère principal : la provenance des fruits. Les purs jus de Floride sont réputés pour leur douceur, ceux d'Espagne étant jugés plus agressifs. En dehors de ce critère, les différences de goût entre les purs jus d'orange ne s'imposent pas avec évidence. La perceptibilité même de sensations qui permettent de discriminer les produits n'est donc pas acquise. Tout l'intérêt des dégustations auxquelles nous avons assistées vient justement de ce que l'entreprise a déployé l'ensemble du processus pour la première fois dans sa totalité pour les purs jus d'orange, ce qui nous a permis de décortiquer les mécanismes qui sous-tendent la description conjointe des produits et des sensations des dégustateurs.

Nous allons montrer :

(i) que les séances que nous avons suivies cherchent à rendre perceptible au dégustateur un rapport physique individuel avec le produit. La perception de ce rapport passe par une mise à distance de l'appréciation technique du produit d'une part, de l'avis hédonique d'autre part. Nous décrivons la façon dont ce rapport s'établit, depuis la formation des panélistes jusqu'au protocole de dégustation en passant par les recommandations données par les animateurs tout au long des séances ;

(ii) que ce rapport physique individuel entre le dégustateur et le produit est permis, en même temps qu'il est conforté par la discussion collective, ou plus exactement par la mise à l'épreuve collective des sensations. Cette mise à l'épreuve collective est organisée selon un modèle politique : consultation de chaque panéliste, incitation pour que chacun exprime et défende ses sensations même s'il est le seul à les éprouver, confrontation ouverte entre différentes formes d'autorité (savoir-faire des anciens, compétences techniques des formulateurs, expériences individuelles, aptitudes personnelles à verbaliser, spécificité objectivée de certains arômes et saveurs, etc.). Nous décrivons la dynamique de cette consultation-confrontation ;

(iii) que l'ensemble du processus instaure progressivement une intercorporalité entre les dégustateurs qui leur permet, au moins momentanément, de mettre entre parenthèses leurs jugements personnels globaux et immédiats sur les produits. Un espace de comparaison fine entre les produits s'ouvre alors. Nous verrons que cette requalification conjointe des dégustateurs et des produits est vitale pour l'entreprise, en ce qu'elle lui permet de prendre part au travail collectif et permanent de suivi et de définition des goûts des produits et des consommateurs.

1. MISE EN PERCEPTIBILITE D'UN RAPPORT PHYSIQUE INDIVIDUEL ENTRE LE PRODUIT ET LE DEGUSTATEUR

La séance de génération des descripteurs a lieu dans la salle de réunion au siège de l'entreprise. Autour de la grande table, devant chaque place, se trouvent des verres tous identiques et portant chacun un numéro à son pied, rempli à moitié d'un jus et recouvert d'une petite feuille de papier. La jeune animatrice, responsable de la filière cidre du service R&D, s'affaire derrière le bar qui trône en bout de salle, remplissant et apportant les derniers verres. Il y en aura six en tout. Devant chaque place, on trouve encore un gobelet en

plastique contenant de l'eau (des bouteilles trônent sur la table, ainsi que des paquets de Cracottes), et une fiche. Sur cette fiche figure un tableau à double entrée : en ligne, trois rubriques intitulées « aspect », « nez », « bouche » dans cet ordre ; en colonne, six rubriques, une pour chaque produit. Les treize panélistes arrivent peu à peu ; toutes des femmes, entre 25 et 50 ans, occupant des fonctions très variées dans l'entreprise, directrice scientifique, secrétaire du directeur commercial, chargée du marketing, chercheuse... L'ambiance est détendue, mais la mise en scène montre que la dégustation est organisée, c'est-à-dire qu'elle est censée se dérouler selon un protocole précis.

Une fois le panel au complet, l'animatrice explique brièvement qu'il faut goûter les jus l'un après l'autre, en commençant par le verre n° 1 et sans revenir en arrière. Elle ajoute qu'il y a six jus en tout à déguster. Pour chaque jus, il faut remplir dans l'ordre d'abord la rubrique « aspect », puis la rubrique « nez » et enfin la rubrique « bouche ». Certaines ont l'air d'être au courant, et commencent déjà à goûter. Par contre, l'une des panélistes s'exclame : « Ah, donc on ne remplit pas d'abord toutes les rubriques aspect ». L'animatrice répond : « Non, non, il ne faut pas comparer. Et dites ce que vous pouvez dire ». A notre intention, la responsable de la R&D nous informe que l'aspect, c'est la couleur, la pulpe selon qu'elle est fine ou non, la transparence, l'impression d'épaisseur, d'opacité, de trouble. Elle ajoute encore : « Il ne faut pas donner un avis hédonique, ce n'est pas l'objet, l'objet c'est de décrire ». Le brouhaha s'affaiblit. Chacune est plongée dans ses verres. De temps à autres, des petites phrases fusent, surtout pour exprimer des jugements du type : celui-ci est mauvais, celui-là n'a pas de goût, etc. L'animatrice, quand elle est interrogée sur ce point du protocole, rappelle qu'il ne faut pas parler, mais laisse s'exprimer les petits couinements, du reste assez rares. Elle interviendra d'ailleurs très peu durant la séance, laissant faire les panélistes, très concentrées. Tout le monde avance à peu près au même rythme. Au verre n° 5, des voix s'élèvent : « C'est indescriptible », dit l'une des panélistes. « Ah, tu trouves. Je trouve que c'est facile au contraire », répond une autre avec des petits rires entendus. C'est un truc pourri ». « Ce n'est pas du jus d'orange, renchérit une troisième, ça a plutôt le goût du vomi ». Ce seront les seuls véritables échanges entre les participantes. Au bout de deux heures, tout le monde a terminé. Chacune se livre avec un intérêt non dissimulé à deviner « qui est qui ». L'animatrice lève le suspense et révèle l'identité des six jus. A l'annonce des résultats, la responsable de la R&D manifeste son contentement : elle a trouvé les bonnes réponses. On apprend que le jus n° 5 qui avait provoqué tant de commentaires désobligeants est le pur jus d'orange de l'entreprise C., dont le conditionnement pose problème. Chacune y va de son couplet : « C'est

vraiment la catastrophe. Ça va de mal en pire ». Apparemment, personne n'est surpris par l'identité du n° 5. Par contre, toutes sont atterrées par l'étendue des dégâts. L'animatrice clôt la séance en expliquant que la deuxième étape aura lieu la semaine suivante pour lister tous les descripteurs par produit. Elle ajoute qu'elle donnera des petits flacons de notes essentielles d'orange à tout le monde afin que chacune puisse continuer à se former aux arômes.

En relisant ces quelques impressions que nous avons notées dans la foulée, deux choses nous frappent. La première est l'application dont les panélistes ont fait preuve tout au long de la séance. L'atmosphère bon enfant, les quelques paroles et plaisanteries égrenées ici et là, l'absence totale de velléité de l'animatrice à diriger n'ont visiblement pas entamé le sérieux des participantes. La deuxième chose qui nous a marquées est le caractère très peu explicite des règles de génération des descripteurs. Certes, un protocole existe, dont l'animatrice a rappelé les grandes lignes en début de séance. Certes, nous avons relevé une cadence commune, qui laisse à penser que toutes maîtrisent l'exercice. Mais à aucun moment l'animatrice n'a donné des indications sur la façon de goûter et de mettre en mots les sensations. C'est au cours des différents entretiens que nous avons eus par la suite, ainsi que lors des séances de discussion collective qui se sont déroulées les semaines suivantes, que nos impressions se sont progressivement éclairées. Elles s'expliquent par le cadrage de l'opération qui définit la théorie du goût et les pratiques de dégustation à l'œuvre tout au long du processus.

Goûter ou produire un corps sensible

Nos interlocutrices nous ont fait part d'un certain nombre d'éléments qui cadrent la séance de génération des descripteurs. Le premier élément de ce cadrage est le volontariat sur lequel se base la participation au panel. Le service R&D à qui l'entreprise a confié l'opération lance une sorte d'appel à candidatures, sans restriction a priori au plan des compétences requises. Les membres de l'entreprise qui souhaitent prendre part à l'opération se manifestent à cette occasion. Se sont ainsi retrouvés autour de la table des membres du service R&D, mais aussi du marketing et du service du personnel. En effet, comme on nous l'a expliqué, cette dégustation, contrairement à celles menées habituellement en R&D, ne vise pas à recueillir des avis d'experts mais ceux de consommateurs avertis. Ces derniers doivent donc être des sujets désirants, qui ont envie de goûter et de parler de leurs sensations. Le choix des

produits testés renforce ce principe : il ne s'agit pas de formules en cours d'élaboration mais de produits qui sont dans le circuit de vente et que l'animatrice s'est procuré au supermarché. L'exigence, ou plus exactement la très forte incitation pour que les panélistes s'expriment avec leurs propres mots, relève également de cette mise en situation de consommation : on ne leur demande pas de restituer la formule d'un produit, mais d'exprimer le plus justement possible les sensations que le produit provoque sur eux.

Le deuxième élément de cadrage de l'opération est la formation aux saveurs de base (sucré, salé, acide, amer) et aux notes essentielles des jus d'orange. Cette formation est sanctionnée par un examen à l'issue duquel les panélistes sont sélectionnés. Les explications qu'on nous a données montrent que la formation et la sélection visent moins à faire du dégustateur un instrument de reconnaissance de la composition d'un produit qu'à lui rendre perceptibles et mesurables ses propres capacités sensorielles :

« L'analyse physico-chimique permet de conclure sur la qualité et la légalité d'un produit. Mais ça ne remplace pas l'analyse sensorielle. L'analyse physico-chimique permet d'analyser les molécules, mais dans le palais, on ne peut pas prédire ce que feront ces molécules. Telle molécule peut l'emporter sur l'autre. On peut supputer des choses. Mais on ne peut pas vraiment savoir sans goûter. Par exemple, l'équilibre entre les saveurs sucrée, amère, acide, ça change beaucoup selon les personnes. L'amertume, par exemple, il y a plein de gens qui ne savent pas le repérer. Moi, je ne sais pas très bien. Je le sens, mais tard. Il me faut une concentration de x là où [l'animatrice] n'a besoin que de $x/3$. A l'issue de la sélection, je sais que pour sentir le sucré, il me faut un taux x , l'acide un taux y ... » (*une panéliste, responsable des tests de vieillissement au service R&D*).

Ce que soutient notre interlocutrice, c'est que nos sensations sont l'expression des capacités de nos organes visuels, olfactifs et gustatifs à être imprimés par un produit. Se profile ainsi une théorie du goût comme la trace d'un rapport physique individuel entre le produit et le dégustateur⁴. La formation joue un rôle important, en ce qu'elle rend le dégustateur attentif à son corps comme médiateur principal des sensations qu'il éprouve. Toutefois, ce corps médiateur des sensations s'oublie facilement. Il faut régulièrement se le rendre perceptible comme tel. Pour cette raison, nous explique l'animatrice, il faut constamment former les panélistes au rythme d'une fois toutes les deux à trois semaines. Les dégustations périodiques visent également à incorporer des saveurs et des arômes de façon à ce que le corps ainsi imprimé puisse être palpable. D'une certaine manière, les formations et les dégustations répétées apprennent à se desimprégner du corps pour le rendre sensible à l'épreuve du

⁴C'est là une théorie à la base des recherches et des expérimentations menées dans les instituts du goût.

goût, ou plutôt entraînent à oublier momentanément le corps toujours présent mais silencieux pour faire surgir un corps tout aussi présent mais bavard⁵. Pour nous qui n'avons pas suivi la formation, l'exercice est particulièrement éprouvant : nous avons tout simplement du mal à sentir quoi que ce soit. Et nous ne sommes pas les seules à souffrir : à plusieurs reprises, nous avons entendu les nouvelles souffler, ne cachant pas leur peine à mener l'opération à bien.

Le troisième élément de cadrage est la constitution d'un groupe, défini et solide, de dégustateurs en connivence : elles accomplissent ensemble leur apprentissage de goûteur ; elles discutent collectivement des mots et des saveurs ; elles appartiennent à une même entreprise, ce qui leur donne une attention fine et une connaissance des produits dans la durée dans une intimité que vient encore renforcer leur participation volontaire. C'est par ailleurs ce qui invalidera pour l'animatrice nos propres fiches. Alors que nous pensions naïvement que dans cette « pêche aux mots », toute idée était bonne à prendre, elle nous les laisse et, un peu penaudes, nous comprenons que notre extériorité au groupe nous disqualifie, plus sûrement encore que la pauvreté de notre répertoire syntaxique et sensoriel.

Le quatrième élément de cadrage de l'opération est le protocole suivant lequel se déroule la dégustation. Il relaie le travail sur le corps proposé pendant la formation. La dégustation, pour reprendre le terme employé par l'animatrice, est monadique séquentielle. C'est dire que l'exercice se prive de la ressource de la comparaison, ce qui laisse perplexe le goûteur néophyte, tant est grande la tentation de rapprocher, par exemple, les couleurs pour mieux distinguer entre tous ces orange, le verdâtre, le laiteux, le transparent... Or pourquoi cette ressource qui semble fertile est-elle proscrite ? Nous avançons quelques hypothèses explicatives, en l'absence de réponse assurée. Sans doute, le dégustateur doit-il refaire à chaque fois l'exercice d'une confrontation duale entre un corps et un produit, sans se laisser guider par une grille préétablie qui risquerait de masquer les sensations spécifiques à un produit. Il doit aussi garder un certain effet de surprise qu'atténuerait sans doute les aller et retour d'un jus à l'autre. La comparaison de deux produits pourrait pousser à l'hédonisme, à la préférence sans descripteurs, non détachable de la personne.

⁵Dans le cours de la vie quotidienne, le corps présente cette ambiguïté d'être à la fois silencieux et bavard. Au cours de certains épisodes comme la maladie, la douleur, la fatigue, l'effort, le plaisir, il s'exprime clairement. Mais qu'on ne s'y trompe pas : cela ne veut pas dire que dans certaines circonstances, le corps est plus présent (ou plus absent) que dans d'autres ; il est toujours présent (absent), mais à certains moments plus prolixe qu'à d'autres. Voir sur ce point [Leder, ?].

Et puis, l'exercice doit se rapprocher d'une dégustation domestique où la comparaison de deux aliments semblables est rare. Revenons à notre dégustation. Chaque produit est donc examiné dans l'ordre, sans revenir en arrière, d'abord au crible des yeux, ensuite du nez, et enfin de la bouche. L'ordre est important, car nous apprend-on, on sature plus vite aux yeux qu'au nez, et au nez qu'en bouche. De plus, si les différents organes s'influencent les uns les autres, la prégnance de la bouche est sans commune mesure avec celle des yeux et du nez. En fait, ce qui est recherché, c'est la saillance maximale du corps⁶. Le déroulement même de l'opération force la concentration du dégustateur pour qu'il perçoive ce que lui disent ses yeux, son nez et sa bouche. La présentation des produits à tester participe également de cette logique. Les jus sont versés dans des verres identiques, en quantité égale, et sont donc dépouillés des éléments distinctifs habituels comme la bouteille, le prix, la promotion *on-pack*, etc. En somme, tout est fait pour que le corps à corps entre le produit et le dégustateur mette en prise le jus et les organes sensoriels.

Générer des descripteurs ou mettre à distance l'appréciation technique et l'avis hédonique

La doctrine qui sous-tend la génération des descripteurs est tout à fait claire : il ne s'agit pas de se servir du corps pour exhiber les composants d'un produit⁷ mais d'amener le corps à décrire ce qu'il éprouve au contact du produit⁸. La verbalisation en langage naturel sur laquelle aussi bien l'animatrice que les panélistes ont largement insisté est donc capitale, puisqu'elle va de pair avec la production même d'un corps sensible. Comme nous l'a précisé l'une de nos interlocutrices à propos d'une note abricot qu'elle n'a pas trouvée sur le coup :

⁶De même, nous a-t-on expliqué, les séances de dégustation se déroulent le matin, car c'est à ce moment-là que les capacités gustatives sont les plus optimales. Il faut également éviter de fumer avant de déguster, même si le fait d'être fumeur n'est pas, en soi, un facteur discriminant.

⁷A la façon dont un « nez » repère le vetiver, le jasmin ou le muguet dans un parfum.

⁸C'est la raison pour laquelle nous qualifions le rapport que la dégustation vise à instaurer entre le produit et le dégustateur de « physique ». Si le terme « physique » renvoie assez naturellement au corps, ce n'est pas tant au corps par opposition à l'esprit ou à l'intellect, mais au corps en tant qu'il est susceptible de s'exprimer.

« Oui, sur le coup, je ne trouvais pas le mot. Mais maintenant, je me souviens de ce que c'est. Je déguste tous les jours pour mon travail. Donc au bout d'un moment, la mémoire se forme. Il y a comme une rémanence, une connexion qui s'établit et s'affirme entre le cerveau et la langue » (*une panéliste, responsable des tests de vieillissement au service R&D*).

Le panel travaille collectivement non seulement la capacité à rendre le corps sensible mais aussi l'habileté du cerveau à trouver des descripteurs pour le dire. Le jeu avec les mots accompagne le jeu avec les sensations. Notre expérience nous a d'abord montré que les sensations semblent de prime abord être comme en panne de vocabulaire. Si le corps à corps est constant dans le monde des aliments, le lexique qui l'accompagne est pauvre⁹ et la gamme des descripteurs spontanés assez réduite. Dans les premières dégustations, chacun peine à trouver des mots précis, s'étonne des découvertes des autres dégustateurs. Puis, de même que les sensations s'enrichissent d'être exprimées et confrontées, les mots produits collectivement finissent par affluer et foisonnent. A tel point que, lors de la troisième séance, une inquiétude nous effleure : « comment peuvent-ils sentir tout ça ? », « quel nez peut percevoir dans ce jus trois odeurs distinctes de « grillé », « torréfié » ou « brûlé » (qu'ils différencient de surcroît de « cuit ») ? C'est que le vocabulaire qui est ici mis au point et éprouvé doit permettre d'ouvrir ou d'imaginer des sensations non encore éprouvées. Pour risquer une métaphore, on pourrait dire que la série des descripteurs produite à la fin de ces trois étapes doit permettre de dessiner des espaces inconnus ; autrement dit, elle permet d'imaginer des sensations non encore éprouvées, voire de sentir et de décrire des jus qui n'existent pas.

Bien entendu, la formation et les dégustations régulières aiguisent cette capacité à verbaliser. Elles proposent des catégories comme couleur, texture, notes fruitées, vis-à-vis desquelles chacune est invitée à éprouver ses sensations. Elles donnent en quelque sorte des repères qui montrent l'étendue de la gamme de descripteurs à laquelle on peut songer pour qualifier ce que l'on ressent au contact du produit. Si les dégustateurs néophytes doivent constituer progressivement leur thésaurus, l'expertise ne fournit pas non plus immédiatement le vocabulaire adéquat. En effet, la formation et les dégustations régulières risquent de techniciser le dégustateur. Ainsi, les fiches de la responsable R&D et de notre précédente interlocutrice, toutes deux habituées à déguster pour des motifs variés, non seulement sont considérablement plus remplies que celles des autres panélistes, mais de plus

⁹ Comme le signalent les historiens de l'alimentation. Cf. A. Rowley, Flandrin...

empruntent beaucoup au vocabulaire technique et sont assez semblables¹⁰. Notre interlocutrice, assez fière de son expertise, ne s'en est d'ailleurs pas cachée durant la séance. S'adressant à la responsable R&D, elle lui a demandé : « Le blanc entre la pulpe et le zeste, comment ça s'appelle déjà ? »¹¹. L'une des panélistes, un peu narquoise, lui a rétorqué : « T'as trouvé ça toi ? », signifiant par là que l'expertise ne saurait être confondue avec l'expérience d'un consommateur entraîné. On comprend dès lors l'obsession des animateurs tout au long des différentes séances pour que chacun exprime ce qu'il sent avec ses propres mots. Ce qui est recherché, c'est en effet l'expression la plus juste possible de ce que chacune éprouve, et non la caractérisation exacte du produit. Les panélistes ne s'y trompent d'ailleurs pas. L'une d'elles, lors de la deuxième séance dite de sélection des descripteurs, a suggéré que l'on supprime les différentes notes de fruits, « parce que ce sont des notes qu'un non spécialiste ne peut pas identifier ».

A d'autres moments, les dégustateurs invoquent des expériences sensorielles au-delà du seul cadre de la dégustation en cours pour appuyer le travail de verbalisation de leurs sensations, ce qui les amène à opérer en retour un calibrage de plus en plus fin de ces dernières. A propos de la note « marmelade » au nez par exemple, des produits et des composants aussi nombreux et variés que la pomme de terre réchauffée, l'orange confite, l'écorce d'orange, le canard à l'orange, ont été mobilisés par les panélistes, les obligeant à effectuer une sorte de microchirurgie des sensations. Tout un travail analytique conjoint sur les sensations et les mots est donc entrepris par les dégustateurs, qui leur permet non seulement de mettre à distance une appréciation technique sur le produit, mais aussi d'éviter un deuxième écueil : l'avis hédonique.

« Il ne faut pas faire de l'hédonique ». Cette phrase, que nous avons entendu plus d'une fois au cours des différentes séances, est un des éléments de doctrine de la dégustation. En fait, ce qui est refusé, c'est toute qualification qui n'a pas été décomposée, puis recomposée par le corps. L'avis hédonique peut donc tout à fait être mobilisé, pourvu qu'il soit ensuite décortiqué :

« On cherche à faire des descriptions. Si vous n'aimez pas, il faut que vous trouviez tout ce qui fait que vous ne l'aimez pas. Si vous trouvez que c'est amer, cela peut ne pas

¹⁰Geneviève Teil a bien montré cette capacité des experts à différencier de plus en plus finement les arômes au fur et à mesure des formations. Voir [Teil, 1998].

¹¹ Il s'agit de l'albédo et à cette réponse et malgré l'ironie, le mot passe de bouche en bouche, comme pour s'en gargariser.

vous plaire, mais cela peut aussi vous plaire ; ça peut être négatif ou positif. » (*une panéliste*).

« Pour un jus, je peux avoir une appréciation globale, par exemple que c'est écœurant. Mais ensuite, je décompose pour décrire cette appréciation » (*une panéliste*).

Or, ce travail de décomposition ne va pas de soi, parce qu'il doit se faire avec un corps sensible dont les frontières ne sont pas stabilisées une fois pour toutes, parce qu'il dépend de la façon dont le corps sent et exprime ce qu'il sent, parce qu'il doit trouver les mots pour le dire.

Bien sûr, des précautions, du reste assez classiques, sont prises pour border le corps sensible du dégustateur, ou plus exactement pour cadrer le face-à-face entre ses organes sensoriels et les jus. A commencer par la façon dont ceux-ci sont présentés : dans des verres identiques de façon à ce que le jugement porté par le dégustateur soit débarrassé de ses préférences pour une marque donnée, de ses attirances pour un design de bouteille particulier, etc. Autre précaution, si un panéliste est enrhumé, il doit à tout le moins se signaler auprès de l'animatrice de façon à ce que l'altération de ses sens puisse être pris en compte. En même temps, nous avons été surprises par le fait que les consignes n'étaient pas toutes strictement suivies. Pour ne citer qu'un exemple, certaines panélistes sont passées outre l'interdiction de boire du café et de fumer avant la dégustation. Notre étonnement a été accueilli par des petits rires amicaux qui laissent à penser que, de leur point de vue, cela n'a pas grande importance. A défaut d'explications, nous risquons la suivante : ce qui est recherché, c'est bien évidemment un corps disponible à la dégustation, mais une dégustation qui se déroule dans des conditions beaucoup plus proches que ce qu'on pourrait croire de celles d'une consommation ordinaire.

Le travail analytique sur les sensations doit donc se faire avec un corps sensible dont les articulations avec l'environnement extérieur sont différentes de celles d'un corps ordinaire, mais restent néanmoins relativement variables. Pour résumer, on peut dire que la séance de génération des descripteurs, et plus généralement les épisodes de dégustation qui ont lieu tout au long du processus, cherche à rendre perceptible au dégustateur un rapport physique individuel avec le produit. Tous les éléments de doctrine que nous avons repérés, ainsi que l'organisation même de l'opération depuis la formation jusqu'au protocole de dégustation, sont congruents avec cet objectif. Le volontariat, critère principal de participation des panélistes, vise à garantir l'authenticité des sensations exprimées. Il est relayé sur le terrain par la phrase que les animateurs ne se lassent pas de répéter : « Surtout, dites ce que vous pouvez, avec vos mots ». Se profile ainsi une théorie du goût comme

l'expression du corps au contact du produit. Le goût n'est donc ni l'équivalent sensoriel de la composition chimique du produit, ni celui de l'avis hédonique sur le produit. Il est ce que dit le corps imprimé par les saveurs et les arômes. Nous avons noté l'importance des formations et des dégustations régulières dans la production et le maintien de ce corps sensible. Nous avons également souligné que les frontières de ce corps, ainsi que sa façon de sentir, sont variables non seulement d'un individu à un autre, mais même pour un seul individu selon les moments, les circonstances, les produits testés, etc. D'où l'intérêt de l'opération pour l'entreprise, puisqu'elle recueille ainsi une vaste panoplie de sensations, mais aussi une tâche compliquée, celle de la gestion de cette variété.

2. MISE A L'EPREUVE COLLECTIVE DES SENSATIONS

Une semaine après la séance de génération des descripteurs, dans le même lieu et avec les mêmes protagonistes (à quelques changements près, dont la présence d'un homme du marketing) a lieu celle dite de sélection. Le dispositif est identique, à ceci près que les participantes ont maintenant à leur disposition la liste des descripteurs générés par le panel de l'entreprise et celui du laboratoire central la fois précédente. L'animatrice, ainsi que la responsable des tests de vieillissement au service R&D, expliquent que pour chaque produit, il faudra passer en revue l'ensemble des descripteurs qui figurent sur la fiche pour l'aspect, le nez et la bouche, dans cet ordre, et cocher ceux que l'on juge pertinents pour le produit goûté. Comme la dernière fois, la dégustation se passe dans le silence. Au bout d'une heure environ, tout le monde a à peu près terminé. L'animatrice recopie au tableau la liste des descripteurs. Puis elle fait un tour de table complet pour cocher les descripteurs sélectionnés par chaque participante sur chaque produit. La consultation nous a paru extrêmement fastidieuse. Chacune des dix panélistes présentes a en effet signalé, pour chacun des six produits, les descripteurs qu'elle a retenus parmi les 112 que contient la liste¹². Cela a pris une bonne heure. Cependant, la magie de la

¹²Le nombre élevé de descripteurs générés peut paraître surprenant. En fait, il résulte du processus même, qui vise à préciser autant que possible les sensations qu'on éprouve au contact des produits. Geneviève Teil, qui a étudié une opération analogue pour les fromages, a montré que les consommateurs « réels » qui ont été sollicités ont généré, ensemble, près de 600 descripteurs. Voir [Teil, ?].

statistique s'est peu à peu installée. Certains descripteurs ont été peu cités, voire pas du tout, alors que d'autres ont emporté un large suffrage. Le contraste est particulièrement net entre les descripteurs en aspect et au nez d'une part, les descripteurs en bouche d'autre part. Alors que dans les deux premières rubriques, les participants ont reconnu de nombreuses notes, dans la troisième rubrique, la sélection a été plus drastique. Est-ce le signe, comme on nous l'a expliqué, d'une saturation plus rapide en bouche ? Cela joue sans doute pour une part. Mais surtout, nous avons compris, lors de la synthèse, que la sélection est fortement dépendante de la façon de sentir. C'est un point qui reviendra à plusieurs reprises tout au long de la séance. Une fois l'opération terminée, une courte discussion, lancée par l'animatrice, s'est engagée. Nous avons constaté que la discussion est restée très ouverte. Des voix contradictoires se sont élevées, mais l'animatrice n'a pas véritablement tranché, si bien que le regroupement de certains descripteurs supposés être redondants ou l'élimination de certains autres du fait de leur faible occurrence a été marginale. C'est la dynamique même de la dégustation-consultation-confrontation que nous examinerons dans cette section.

Sélectionner les descripteurs, ou créer de l'intercorporalité

La séance de génération des descripteurs s'est déroulée dans le silence. Il faut replacer ce silence dans l'ensemble du processus. Partant de l'hypothèse que nous avons exposée dans la section précédente selon laquelle chacun a ses propres capacités à être imprimé par un produit, l'objectif est de faire exprimer ces capacités pour obtenir l'éventail le plus large possible de sensations. Il est donc tout à fait crucial que la génération primaire des descripteurs engage chacun dans un face-à-face individuel avec le produit. A ce propos, l'animatrice nous a fait part, a posteriori, de son inquiétude quant à la possibilité de provoquer ce corps à corps entre le jus et le dégustateur alors même que les participants sont réunis autour d'une table :

« Il ne faut pas que les gens parlent. Les dégustations se font toujours dans le silence. C'est chacun pour soi. Les gens sont concentrés (...) Je me demandais comment on y arriverait dans cette salle. [Au laboratoire central], ils ont une salle de dégustation équipée avec des boxes ».

Cette règle du « chacun pour soi » a également prévalu au cours de la dégustation qui a précédé la sélection des descripteurs lors de la deuxième séance. Elle est congruente avec la logique qui sous-tend l'ensemble du

processus, et qui consiste à laisser la porte ouverte à toutes les sensations, aussi singulières soient-elles, et ce même au cours des discussions collectives.

L'équilibre entre l'individu et le collectif est inscrit dans le déroulement de la dégustation-sélection dont on peut dire qu'elle est au cœur de cette deuxième séance. Les descripteurs proposés aux dégustateurs sont ceux que les panels de l'entreprise et du laboratoire central ont généré la fois précédente. Selon l'animatrice, qui s'est coordonnée avec celle du laboratoire central, seuls quelques items, jugés redondants, ont été éliminés et/ou regroupés¹³. La liste ainsi constituée reproduit donc dans sa quasi-totalité l'expression des sensations individuelles de l'ensemble des panélistes. On peut lire un double principe dans cette procédure : d'une part, il s'agit d'affirmer, tout au long du processus, le caractère irréductiblement individuel du rapport que la dégustation instaure entre le produit et le dégustateur ; d'autre part, et pour cette raison même, il s'agit de fonder une communauté d'alter ego dont les membres reconnaissent en chacun des capacités à sentir à sa façon. En demandant à chaque panéliste de prêter attention à l'ensemble des descripteurs, on lui demande de se positionner par rapport à d'autres qui, comme lui, éprouvent des sensations singulières. L'étonnement exprimé par certains à la lecture de la liste de descripteurs, la suspicion dont d'autres ne sont pas cachés à l'écoute des termes sélectionnés par leurs pairs, témoignent de l'effet de découverte de l'autre qui, comme soi, éprouve des sensations qui lui sont propres :

« Couleur gris, quelqu'un a trouvé ça ?, demande à la volée une panéliste.

- Fortiche, s'exclame un peu ironiquement une autre panéliste en entendant quelqu'un dire qu'elle a trouvé une note mangue dans un des jus ».

Se crée ainsi un collectif dont on peut littéralement dire qu'il est basé sur l'intercorporalité de ses membres. Cette intercorporalité se constitue selon deux mécanismes différents mais non exclusifs. Le premier est un mécanisme d'auto-révélation. Face à certains mots proposés par ses co-panélistes, un dégustateur peut être amené à reconnaître l'expression exacte d'une sensation qu'il n'a que vaguement éprouvée jusqu'ici. Une recommandation faite par l'animatrice du laboratoire central lors de la troisième séance illustre bien ce phénomène :

« Ce qui est important, c'est qu'il ne faut pas avoir peur de parler. Il ne faut pas hésiter à dire que vous avez trouvé tel descripteur, même si vous êtes le seul. C'est très

¹³C'est essentiellement sur la base des compétences de l'animatrice du laboratoire central, une habituée des panels, que ce pré-tri a été effectué.

important ça. Sur les alcools par exemple, je me souviens qu'il y avait des termes importants, mais seulement pour une personne. Elle les a indiquées, et en bout de course, tous ont reconnu que ces termes étaient discriminants ».

Le deuxième mécanisme par lequel se fabrique l'intercorporalité entre les dégustateurs est la mise à l'épreuve de ses propres sensations. L'exercice consiste en effet à passer chaque produit au crible des descripteurs. Il faut donc se demander si pour le produit qu'on est en train de tester, on voit, sent, goûte les notes proposées, ce qui peut conduire, dans certains cas, à revenir sur sa propre façon de sentir. En voyant, sentant, goûtant ce que les autres voient, sentent et goûtent, chaque panéliste éprouve l'existence d'autres sensations et transforme ainsi les siennes¹⁴, comme en témoigne encore cet extrait de la séance de sélection des descripteurs :

« [A propos de la pulpe comme descripteur d'aspect, les commentaires fusent sur longue ou fine, sur la difficulté à la voir, etc.

L'animatrice : En fait, il y a deux aspects dans la pulpe. D'abord la présence/absence...

[Des voix indistinctes se lèvent pour dire qu'on ne la voit pas]

... puis fine/pas fine.

[Les panélistes disent qu'ils n'ont rien vu].

L'animatrice : C'est vrai qu'à part Tropicana, il n'y avait pas de jus pulpé.

La chef des produits enfants du service marketing : La pulpe, moi je ne la vois pas dans l'aspect. Par contre, je trouve que c'est un truc qu'on peut sentir en bouche. On peut sentir s'il y a en a ou pas. Mais la dimension, là il ne faut pas exagérer. Enfin, je trouve que c'est bizarre de mettre la pulpe dans l'aspect.

La responsable des tests de vieillissement : Mais dans Tropicana, il y en a et on la voit. Mais c'est vrai que ça peut prêter à confusion le descripteur pulpe seul. Parce que dans ce cas, moi j'en mettrais partout ».

L'établissement de cette intercorporalité est également ce qui permet la comparaison entre des sensations individuelles, et en bout de course, la constitution du panel comme un corps collectif qui donne la mesure du goût moyen, c'est-à-dire du rapport physique moyen entre le produit et les consommateurs ainsi représentés¹⁵. Nous verrons dans la section suivante que

¹⁴Merleau-Ponty, M., L'Œil et l'esprit,

¹⁵AnneMarie Mol et John Law relèvent un mécanisme analogue dans le cas de la perception, par le diabétique, de son taux de sucre. Tout un collectif fait corps autour du malade, composé de ses proches, de ses soignants, mais aussi

l'établissement de cette intercorporalité va de pair avec une qualification de plus en plus fine des produits. Mais auparavant, nous allons analyser la discussion qui s'est engagée après la sélection et qui prolonge l'équilibre entre l'individu et le collectif qui traverse l'ensemble de la séance.

Susciter une confrontation interindividuelle et ouverte

Une fois cochés sur le tableau les descripteurs sélectionnés par l'ensemble des panélistes, l'animatrice propose de commencer ce qu'elle appelle la synthèse, c'est-à-dire le regroupement des descripteurs que les participants considèrent comme redondants et la suppression de ceux qui n'ont pas ou peu retenu les suffrages. Tout le monde y va de son commentaire, dans un brouhaha un peu sourd. Très vite, l'animatrice décide donc de passer la liste en revue, en demandant, à la volée, si le descripteur mis en discussion inspire des remarques particulières. Cette manière de susciter la parole autorise tout un chacun à s'exprimer en même temps qu'elle organise la confrontation des voix. Quiconque a un commentaire à faire sur un descripteur peut le faire, et pourvu qu'il ne lâche pas prise, son avis est pris en compte. Ainsi, ceux qui ne sont pas à même de défendre leurs sensations de façon argumentée tendent soit à capituler, soit à marmonner dans leur coin ou à unir leurs voix à celles plus articulées et congruentes avec leurs opinions :

« L'animatrice : les couleurs vert et gris, qui les a trouvées ?

Le nouveau du service marketing, un peu gêné : c'est moi.

En refaisant le tour des descripteurs de couleur qu'il a sélectionnés, on constate qu'il a trouvé la couleur verte un peu partout. On se moque gentiment de lui en lui faisant remarquer que la couleur verte est le signe que le jus est abîmé.

Le nouveau du service marketing : c'est bon, on peut l'éliminer ».

Ceux, à l'inverse, qui sont capables d'affirmer leur attachement à des descripteurs qu'ils peuvent être les seuls à avoir retenus ne sont pas contredits par l'animatrice dès lors que personne ne discute leurs sensations. Ainsi, à propos des notes champignon, bois et terre en bouche, quelqu'un soutient haut et fort qu'il les a trouvées dans un des jus. Devant sa détermination et l'absence de réaction de la part des autres panélistes, l'animatrice garde les descripteurs. De même, ceux qui sont capables de soutenir un plaidoyer dans le courant

de nombreux artefacts comme le relevé, à la même heure, des taux de sucre des jours précédents, qui rend ce taux de sucre calculable. Voir [Mol & Law, 1998].

d'une discussion ne sont pas arrêtés par l'animatrice, très peu directive. De ce fait, une sorte de confrontation interindividuelle et ouverte se met en place sans véritable arbitrage de la part de l'animatrice.

Les deux voix les plus distinctes sont celle de la responsable des tests de vieillissement du service R&D d'un côté, celle de la chef des produits enfants du service marketing de l'autre. La première défend le principe de décomposition analytique des sensations. Ainsi, elle est l'une des rares à avoir rajouter des notes à la liste déjà longue des descripteurs proposés, au point qu'elle finit par provoquer une moue dubitative de la part de nombreux panélistes, visiblement surpris par une telle précision dans l'analyse, comme en témoigne cette discussion :

« Une panéliste : ce n'est pas évident au début de voir si le produit dépose au pas.

La responsable des tests de vieillissement : c'est pourquoi j'ai ajouté soupe. Soupe pour moi, c'est un dépôt qui remonte, qui fait que le jus n'est pas homogène.

L'animatrice : tu seras là [la semaine prochaine] pour défendre ta soupe ?

[Petits rires gentiment ironiques dans l'assemblée] ».

Devant l'entêtement de la responsable des tests de vieillissement, l'animatrice rajoute « soupe » à la liste des descripteurs. D'autant que les commentaires à voix basse, en laissant entendre que la responsable des tests de vieillissement trouve des descripteurs vraiment très singuliers, ne font que la renforcer dans la légitimité de ses sensations individuelles.

La chef des produits enfants du service marketing défend un tout autre principe : elle cherche à rationaliser ses sensations en fonction du discours que l'entreprise tient sur le positionnement de son pur jus. Par exemple, à propos de la note orange chimique en bouche que les autres participants n'ont pourtant pas l'air de trouver saugrenue, elle s'exclame :

« Chimique, ok, je vois. Mais orange chimique, qu'est-ce que c'est ? Pour du pur jus, c'est quand même difficile à avaler ».

Une panéliste : « Ce n'est pas parce que c'est du pur jus que ça n'a pas un goût d'orange chimique. Non, mais ! ».

Là encore, l'animatrice laisse faire la discussion. Les commentaires s'ajoutent les uns aux autres, si bien que se trouve progressivement exposée la singularité des sensations. Très souvent, une fois que chacun a fait part des siennes propres et pris acte de celles des autres, la discussion s'arrête. Et, sauf parti pris de la

majorité et/ou avis expressément défendu par l'un des panélistes et non réfuté par ses pairs contre tel descripteur, l'animatrice donne sa chance au descripteur de figurer dans la liste. Ce faisant, elle laisse se créer un espace au sein duquel l'intercorporalité entre les membres peut s'articuler amplement.

Pour résumer les principaux résultats de cette section, on peut dire que le processus de dégustation-sélection individuelle, puis de consultation-synthèse collective qui s'en suit, permet à chacun d'éprouver, puis d'exprimer à sa façon les sensations perçues par les autres. Il faut entendre ici épreuve au sens propre du terme, puisqu'il s'agit, pour chaque participant, de tester les différents descripteurs proposés, et donc de transformer, en l'enrichissant, sa façon de sentir au cours même de la dégustation-sélection. Cette transformation se poursuit lors de la consultation-synthèse.

Nous avons montré que le principe qui régit cette deuxième phase de la séance est celui d'une confrontation interindividuelle et ouverte. Que l'on ne se méprenne pas sur le sens de cette confrontation. Il ne s'agit pas du tout d'affirmer sans condition l'égalité de tous dans la discussion, mais d'autoriser quiconque le souhaite à défendre ses sensations devant ses pairs. Le seul rôle de l'animatrice, mais il est essentiel, est de permettre à toutes les voix de se faire entendre si les personnes concernées le désirent, et de ne pas trancher en faveur de tel ou tel contradicteur si aucun d'eux n'abandonne, et ce même sous la pression d'une majorité de panélistes. On peut dire que la discussion se déroule selon un modèle politique de la délibération, qui donne à tout descripteur, aussi singulier soit-il, la chance de figurer dans la liste, pourvu que celui qui le propose le revendique comme tel et jusqu'au bout. Il faut que les mots parlent haut pour qu'ils soient retenus, et non nécessairement qu'ils soient proposés par un nombre élevé de voix. La discussion donne ainsi les moyens au panel de constituer, de la façon la plus ouverte possible, un espace d'intercorporalité au sein duquel chacun de ses membres apporte ce qu'il estime être sa contribution. Nous allons voir maintenant que l'émergence progressive de cet espace permet également et dans le même temps de faire se déployer toute une série de différences entre les produits.

3. FAIRE PROLIFERER LES PRODUITS ET REDONNER DU CHOIX AUX CONSOMMATEURS

La séance de consensus global se déroule au laboratoire central une semaine après celle dite de sélection des descripteurs. Les participantes sont évidemment plus nombreuses (vingt et une en tout –dont trois hommes-) puisque les deux panels - celui de l'entreprise et celui du laboratoire central - sont réunis. La séance est dirigée par un animateur et une animatrice. Celle-ci nous invite à prendre une série de six verres préalablement alignés au bout de la grande table en U. Les verres sont en fait des gobelets en plastique blanc, avec un fond de jus dans chacun d'eux et un petit couvercle en plastique par-dessus. Sur la table, on trouve encore des coffrets dont on saura après qu'ils contiennent des flacons d'arômes. L'animatrice demande à chacune de s'installer, en précisant qu'il serait bien que les membres de l'entreprise et ceux du laboratoire central se mélangent pour favoriser la discussion, et explique que l'objectif est de dresser une liste de descripteurs commune aux deux panels. L'animateur est planté devant un tableau. Sur chaque feuille, il a noté les descripteurs par rubrique en aspect, au nez et en bouche : en noir, ceux pour lesquels les deux panels sont d'accord pour dire qu'ils sont discriminants (fréquents, redondants, ajoute-t-il) ; en rouge, ceux pour lesquels il y aura discussion entre les deux panels. Et c'est parti. Contrairement aux séances précédentes, il n'y a pas de dégustation préalable à la discussion. L'animateur a noté les produits pour lesquels les descripteurs ont été sélectionnés. Il les inscrit sur le tableau, mais uniquement en face des descripteurs sur lesquels les deux panels ne sont pas d'accord. Les produits sont notés par leur numéro. Les participants ne savent donc pas ce que chaque verre contient. Chaque descripteur est soumis à la question. Par moments, le débat est vif. Mais il est également très fastidieux, parce qu'à la fois systématique et, à nos yeux, un rien tatillon. Ce n'est que près de quatre heures plus tard, et encore visiblement sous le coup de la fatigue, que l'animatrice clôt la séance.

A bien des égards, cette séance présente des parentés avec la précédente. On retrouve la dégustation en aveugle, la consultation large, la confrontation interindividuelle et ouverte. Mais l'objectif à atteindre, arriver à un consensus global, font que les ressorts mêmes de la discussion sont beaucoup plus explicites. Nous allons examiner quelques-uns des mécanismes à l'œuvre qui permettent de donner corps au collectif des panélistes et de dessiner l'espace des produits et de leurs caractéristiques qui émerge dans le même temps.

Ce qui frappe tout d'abord, c'est la mise en scène d'une confrontation que les animateurs souhaitent provoquer entre le panel de l'entreprise et celui du laboratoire central. Dans la présentation de la séance, dans l'injonction pour que les participants des deux panels se mêlent, dans la façon dont les descripteurs sont listés au tableau, tout est organisé de manière à ce qu'une joute ait lieu entre les deux panels, afin d'éprouver la solidité du collectif constitué. En même temps, d'autres dispositions ainsi que la dynamique même de la séance atténuent ce face-à-face. Plus exactement, elles laissent ouverte la possibilité d'échanges entre les individus, abstraction faite du panel auquel ils sont rattachés. Il en est ainsi de la dégustation en aveugle, toujours possible, et que les animateurs ne se privent d'ailleurs pas de conseiller aux participants. Elle permet à chacun de renouveler l'épreuve du goût dans le courant de la discussion, et éventuellement de corriger la partition entre descripteurs de l'entreprise et descripteurs du laboratoire central. Très vite, de nombreuses voix se manifestent donc, dont certaines porteuses d'expériences individuelles qui débordent des seules expériences partagées avec l'un ou l'autre panel.

A y regarder de plus près, la mise en scène d'un débat entre les deux panels vise surtout à donner corps au collectif à partir d'éléments momentanément et partiellement constitués. Parmi ces éléments figurent également les compétences de la formatrice du laboratoire central, les références - c'est-à-dire les flacons d'arômes -, l'expérience professionnelle d'un tel ou d'une telle, etc. Mais la liste n'est pas close. Au fur et à mesure que certains panélistes prennent la parole, ils sont interpellés par les animateurs pour donner leur avis sur l'item en discussion. Le rôle des animateurs est ici un peu différent de celui qu'ils ont endossé lors de la séance précédente. Ils continuent à mettre les panélistes à l'épreuve et à susciter leurs confrontations mutuelles. Mais ils affirment haut et clair la validité de ce genre de dispositifs alors que les objectifs des dégustations ne demeurent opaques pour certaines panélistes. Ils valorisent les compétences des dégustateurs, en rappelant leurs expériences similaires avec d'autres panels et d'autres produits ; ils garantissent le sérieux et la valeur de l'exercice. Comme dans les autres séances, les animateurs marquent de façon plus affirmée et plus explicite leur rôle de chef d'orchestre de façon à accorder les voix en présence, ou plus exactement à enregistrer les dissonances éventuelles.

En effet, ce qui reste frappant à ce stade du processus, c'est la relative instabilité des descripteurs. Par exemple, les références auxquelles les animateurs recourent de façon plus systématique que lors de la séance

précédente, ne déterminent pas nécessairement et de façon péremptoire ce à quoi renvoie tel ou tel descripteur. A plusieurs reprises, des panélistes font remarquer qu'elles ne reflètent pas exactement le produit censé provoquer les sensations dont ils discutent. A d'autres moments, les arômes ne sont pas considérés comme des points d'appui pour décrire les sensations :

« [A propos des notes orange fraîche et orange jus au nez, notes dites de typicité par opposition à l'intensité aromatique globale].

Un panéliste : c'est quoi la différence entre orange fraîche et orange jus ? Orange fraîche, ça veut dire le jus dans le rayon frais ?

La responsable du service R&D de l'entreprise : non, l'orange jus, c'est le jus acheté dans le commerce [elle veut dire que orange fraîche, c'est l'orange qu'on presse soi-même, et orange jus, le jus d'orange qu'on achète au supermarché, qu'il soit dans le rayon frais ou dans le rayon ambiant].

L'animatrice : tout le monde est d'accord sur orange fraîche ?

[Avec l'animateur, elle fouille dans un coffret d'arômes]

L'animateur : je vous fais passer une référence. Pour le frais, il y a un témoin [un verre circule] pour que tout le monde reconnaisse.

Une panéliste, informaticienne au service du personnel de l'entreprise : ah là là, je ne reconnais pas du tout.

La formatrice du laboratoire central : il faut apprendre à reconnaître.

Un panéliste : et comment on peut la décrire après ?

La formatrice du laboratoire central : ben il faut se le mettre dans le nez (...) De toutes façons, si je dis que c'est l'arôme de l'octanale, ça n'aide pas non plus (...) ».

Ce qui importe de souligner, c'est que les références mobilisées par les organisateurs constituent des repères vis-à-vis desquels les panélistes s'étalonnent individuellement et mutuellement, mais en aucun cas des équivalents techniques universels et indiscutables des sensations éprouvées. En d'autres termes, il n'y a pas derrière les sensations des saveurs et des arômes qui seraient leurs traductions exactes dans le registre physico-chimique. Il y a au contraire devant les sensations un espace ouvert et peuplé d'éléments hétérogènes au fur et à mesure de la discussion, au sein duquel les panélistes dissèquent ensemble et enrichissent leurs façons de sentir et de décrire. Le corps collectif ainsi constitué n'est donc ni le dénominateur commun ni la somme des corps individuels en présence mais le résultat provisoire de l'extension et du transfert partiel des sensations du fait de leur explicitation

collective. L'équilibre maintenu par les animateurs entre les différentes formes d'autorité qui se manifestent tout au long des débats vise précisément à faire émerger cette configuration particulière du collectif. Opération qui vise, dans le même temps, à ouvrir l'espace de qualification des produits.

Créer un espace ouvert de requalification des produits

Deux mécanismes, auxquels les organisateurs recourent de façon explicite, président à la requalification des produits. Le premier mécanisme consiste à s'arrêter systématiquement sur chaque descripteur et à saisir le moindre commentaire fait par l'un ou l'autre panéliste pour amener les participants à ré-interroger l'item en question. La discussion qui s'est engagée sur la couleur verte illustre bien ce point. Cet item n'a été proposé que par un nouveau du service marketing de l'entreprise lors de la deuxième séance dite de sélection des descripteurs. Sous la pression du panel, qui a considéré que ce descripteur n'est pas pertinent, il a accepté que l'animatrice le supprime de la liste. Or, lors de la séance suivante, la couleur verte refait son apparition : quelques panélistes du laboratoire central l'auraient nettement constatée sur certains produits. Le nouveau du service marketing du laboratoire central, convié par les animateurs à se manifester, joint alors sa voix à celle de ce sous-groupe de l'autre panel pour revendiquer à nouveau ce descripteur. Mais, et c'est le point le plus important, la discussion qui s'engage conduit à préciser ce qu'il faut voir dans cette couleur verte : non pas une nuance que le nouveau du service marketing de l'entreprise est habitué à repérer parce qu'il vient, selon sa propre explication, du cidre, mais des reflets dont tous s'accordent à dire que certains jus peuvent en effet présenter. Non seulement la couleur verte a donc été repêchée, mais de plus, elle a été redéfinie dans le courant de la discussion. Dans le même temps, c'est aussi la robustesse du corps collectif progressivement constitué tout au long des différentes séances qui a été éprouvée.

Cette double incertitude, sur le descripteur et sur le corps collectif censé l'exprimer, est activement entretenue. Ainsi, même des descripteurs qui ne sont plus censés donner lieu à des débats (ceux inscrits en noir sur le tableau, par opposition à ceux inscrits en rouge) sont commentés, et ce parfois sur l'invitation des animateurs eux-mêmes. Plus encore, certains items, préalablement supprimés parce que considérés comme insuffisamment discriminants par les deux panels, sont à nouveau proposés par les

organisateurs dans le courant de la discussion, si bien que des descripteurs seront remis en circulation, de même que de nouveaux items seront rajoutés, souvent dans une sous-rubrique « Autres » ou « Commentaires ». Du reste, si au terme de cette troisième séance, une liste sera fixée qui servira à établir les profils des produits qui seront testés tout au long de l'année, les organisateurs n'excluent pas d'y apporter des modifications selon l'importance des commentaires qui lui seront annexées. On peut donc dire que le processus est continu par étapes.

Comment s'opère dès lors la stabilisation de la liste des descripteurs ? En fait, c'est une fois que l'équilibre entre les voix et la reconnaissance mutuelle des sensations ne sont plus ouvertement contestées que la discussion est suspendue. Autrement dit, il n'y a pas d'autorité extérieure qui viendrait arbitrer le débat : la discussion est provoquée par les animateurs, elle est étendue par quiconque souhaite y prendre part, et lorsque plus aucun contradictoire ne se manifeste, elle est supposée avoir atteint son degré maximum d'ouverture. Cela ne veut pas dire qu'une définition univoque a été trouvée pour le descripteur en question, mais que tous s'accordent à admettre que les arguments éprouvés par les uns et les autres sont susceptibles d'explicitier ce qu'on voit, sent et goûte lorsqu'on évoque ce descripteur. Il faut donc entendre le terme « consensus global » non pas au sens d'une convention collective sur le sens à attribuer à chacun des descripteurs, mais d'une reconnaissance mutuelle des sensations propres à chacun qui, parce qu'elles sont rendues visibles et discutables, sont susceptibles de transformer les perceptions individuelles. La recherche d'un consensus global se confond avec ce travail supplémentaire d'explicitation, que les animateurs synthétisent en bout de course en reprenant les différents éléments mobilisés durant le débat. Cela a pour effet d'étirer la description des produits, au point que l'impression globale et immédiate qu'ils procurent finissent par s'évacuer du champ de la perception.

Le deuxième mécanisme auxquels les animateurs recourent pour requalifier les produits est résumé par l'injonction d'exhaustivité répétée par les animateurs tout au long de la séance. L'idée est qu'à ce stade, les panélistes doivent pouvoir prolonger leurs sensations de manière à éprouver le contact qu'ils auraient avec un produit différent de ceux qu'ils sont en train de goûter. Nous avons déjà noté que les panélistes citent très souvent des composants et des produits divers et variés pour générer et préciser les descripteurs auxquels les jus leur font songer. Cela va des fruits et des fleurs au métal et au carton en

passant par le lait, le biscuit, la marmelade, le bois, les allumettes, la poussière, etc. Au-delà de la dégustation à laquelle ils sont en train de procéder, ce sont aussi leurs expériences sensorielles ordinaires qui sont mobilisées. Lors de cette troisième séance, les organisateurs vont, à plusieurs reprises, demander aux participants de prolonger ces expériences sensorielles en imaginant d'autres jus d'orange que ceux qu'ils sont en train de goûter et/ou qu'ils ont eu l'occasion de goûter. Plus exactement, ils les invitent à décortiquer les descripteurs jusqu'à se figurer des jus d'orange susceptibles de leur faire exprimer les sensations qu'ils sont en train d'explicitier. Il faut insister sur le fait qu'il ne s'agit pas seulement d'aligner gratuitement les mots les uns à la suite des autres, comme on le ferait dans un gigantesque jeu de cadavre exquis. Il s'agit d'une expérimentation qui vise à étendre le corps sensible, expérimentation qui, même à ce stade du processus où les dégustateurs ont déjà un certain savoir-faire, n'est pas évident. Au cours de la revue des notes de fruits au nez, le citron, la mandarine, le pamplemousse, l'abricot, la mangue, la goyave, la passion, la carotte, la pomme verte, ont été discutés. Lorsque l'animateur en vient à parler de bouillon de légumes, une panéliste a fait remarquer :

« Une panéliste : mais est-ce que le but c'est de rechercher la note sur les six produits qu'on déguste, ou est-ce que c'est d'anticiper toutes les notes possibles ?

La formatrice du laboratoire central : l'idée, c'est d'anticiper, parce que demain, les process peuvent changer, d'autres produits peuvent apparaître sur le marché. De toutes les façons, ce n'est pas grave si tu ne trouves pas. Tu mets 0. 0, c'est une note aussi importante que 10.

La même panéliste : d'accord, mais si je n'arrive pas à la sentir sur ces six produits, comment est-ce que je le reconnaîtrai si ça arrive ?

La formatrice du laboratoire central, qui ne voit visiblement pas où est le problème : ben quand tu rencontreras la note, tu la mettras. Sinon tu ne la mets pas ».

Cette élongation supplémentaire de la liste des descripteurs est redoublée par l'ajout d'items qui ont été générés par d'autres panels du centre de recherche, de sorte que le corps collectif considéré est considérablement élargi, comme le montre la suite de la discussion précédente :

« La formatrice du laboratoire central : une référence qui sort souvent, c'est aussi haute cuisson, ou petits pois, ou haricots verts.

Éclats de rires et hochements de tête franchement dubitatifs de quelques-uns.

L'animatrice : on vous dit ça parce qu'il y a des gens qui ont l'habitude de déguster et qui trouvent cette référence ».

Les animateurs justifient cette démarche par l'objectif final de l'opération : pouvoir tracer le profil de n'importe quel jus d'orange. Il faut pressentir des qualificatifs aussi variés que possible pour penser à les éprouver si des jus venaient à les présenter, qu'il s'agisse de nouvelles formules ou de nouvelles livraisons d'un produit existant. Ce qui est recherché, c'est une prédisposition à différencier les produits de façon à être sensible aux évolutions de l'offre concurrente mais aussi aux variations des produits de l'entreprise, car, souligne la formulatrice du laboratoire central à ce propos :

« De toutes façons, deux jus différents ont des goûts différents (petits gloussements dans la salle, et remarques mi-figue mi-raisin sur la qualité du jus de l'entreprise). Donc il faut être exhaustif ».

De ce point de vue, on peut dire que la liste des descripteurs constitue un outil particulier de qualification des produits, qui vise, pour reprendre le terme utilisé par la formulatrice du laboratoire central, à anticiper les profils possibles des purs jus d'orange. De ce fait, la liste descripteurs s'enrichit encore, les nouveaux items obligeant les participants à réajuster, en retour, les descripteurs qu'ils avaient préalablement retenus.

Ainsi, on peut donc dire que le travail d'explicitation des descripteurs, d'extension du corps collectif qui les éprouve et d'élargissement de l'espace des produits considérés est concomitant, si bien qu'en bout de course, le nombre de jus différents, ou plus exactement de jus susceptibles d'être différenciés, est considérablement plus élevé qu'au départ.

CONCLUSION

Pour résumer ce travail, on peut dire que la dégustation est une épreuve cadrée à l'issue de laquelle les produits et les dégustateurs sortent transformés. Dans le cas que nous avons analysé, ce cadrage définit une théorie du goût comme la trace d'un rapport physique individuel entre le produit et le dégustateur. Cette capacité de chacun à faire exprimer son corps au contact d'un produit est aussi ce qui rend possible la discussion collective des

sensations (selon le modèle politique qui sous-tend cette discussion et que nous avons appelé de la délibération). Ce n'est donc pas seulement individuellement mais aussi collectivement que les produits et les dégustateurs se trouvent requalifiés.

Sans pouvoir ici approfondir l'économie sous-jacente au processus, notons seulement que le goût est irréductiblement individuel, mais il est aussi foncièrement instable. C'est cette double caractéristique qui rend à la fois possible et nécessaire son explicitation collective. La conséquence est triple : la constitution d'une demande tout d'abord ; la transformation des préférences ensuite ; la requalification des produits enfin. Assez paradoxalement, en prenant à contre-pied chacune des hypothèses qui sous-tend la vision néo-classique de l'économie (homogénéité des biens, information parfaite sur les produits et préférences individuelles clairement identifiées), l'opération que nous avons décrite crée un vrai marché où les consommateurs finissent par avoir le choix entre des produits différents.

Quel est alors le rapport entre ce marché expérimental quasi-parfait et celui « réel » sur lequel évoluent des « vrais » consommateurs ? En fait, les industriels disposent et/ou recourent à une vaste panoplie d'outils et de procédures pour cerner les marchés, parmi lesquels les séances de dégustation. Ils recourent en permanence des résultats d'enquêtes et d'expérimentations menées avec des vrais et des faux produits et consommateurs, aussi bien en interne que par les nombreux professionnels des marchés avec lesquels ils collaborent. La description de cette action collective déborde le cadre de cette communication. Mais ce qu'on peut dire, c'est que chaque expérimentation, et les séances de dégustation que nous avons décrites ici en constitue une, constitue une instanciation particulière du produit et du consommateur qui sera ensuite rapprochée, corrélée avec d'autres configurations des marchés.